

КРИТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ФЕНОМЕНУ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Купчинова Т. В., г. Минск

Тезис о том, что корпоративная культура является неотъемлемым атрибутом современной организации, активно обсуждается теоретиками и практиками управления. Еще в начале 1980-х годов американские исследователи (Т. Питерс, Р. Уотерман) пришли к выводу, что успех японских корпораций во многом связан с особенностями корпоративной культуры, основанной на традиционных национальных ценностях.

В результате корпоративная культура рассматривалась и как фактор мотивации персонала, и как инструмент повышения эффективности деятельности организации, и как инструмент формирования имиджа. Консалтинговые и HR-агентства активно стали предлагать руководителям семинары и тренинги по формированию, развитию корпоративной культуры. Стоит признать, что культура является необходимым условием для координации жизни людей, а значит, и организаций. С одной стороны, корпоративная культура выполняет жизненно важные для организации функции: обеспечивают участников группы общим пониманием, чувством ясности, направлением, значением и смыслом, способствует адаптации сотрудников. С другой стороны, тот факт, что сотрудники организации разделяют общие идеи, убеждения и ценности, совсем не означает, что мы наблюдаем проявления согласия или гармонии.

Критический взгляд на феномен корпоративной культуры представлен в работах М. Элвессона, С. Дитца, Г. В. Градосельской. Так, Элвессон отмечает, что из-за ожидания быстрых высоких результатов, одержимости прибылью и увлечением мыслью об экономическом росте существует большой соблазн объяснять культуру организации как универсальный инструмент в конкурентной борьбе. По мнению Элвессона, взгляд, основанный на инструментальных ценностях, пригодных для получения прибыли, обедняет социальное богатство культуры. [3, с. 296]

М. Элвессон обращает внимание на то, что трудно определить чёткие причинные связи между культурой и каким-либо другим явлением в жизни организации и измерить степень влияния

культуры. Таким образом, корпоративная культура «часто оказывается набором идеалов и взглядов, которые предписывают топ-менеджеры». [3, с.113] В этой связи есть опасность отождествления корпоративной культуры с корпоративной идеологией, что, на наш взгляд, не совсем верно. В современных компаниях корпоративная культура выступает как один из инструментов символической власти.

С. Дитс полагает, что корпоративная культура есть некий способ поглощения человека и его жизни организациями и корпорациями ради своих утилитарных целей. Организации, в которых работают люди, оказывают на них огромное влияние, как в профессиональном, так и в личностном аспектах. Вторжение корпораций и организаций во внерабочую жизнь человека и влияние на трансформацию различных институтов в рамках производства новых значений, персональной идентификации, ценностей, знаний и моделей обоснования С. Дитс называет корпоративной «колонизацией» [4] .

Критический взгляд на корпоративную культуру представлен и в статье Г. В. Градосельской. На основании проведенных ею исследований был сделан вывод о том, что корпоративная культура есть «фальшивый фасад» за которым скрывается сущность самой организации. Градосельская отмечает, что имеет место ситуация отчуждения человека от работы, которой он занят. Давление формальных процедур и правил негативно сказывается на психологическом состоянии персонала. Сотрудник рассматривается как средство достижения цели. «От людей требуют отдачи и преданности, в то время как постоянная опека, контроль и регламентация низводит их до уровня винтиков». [2]

О. С. Виханский и А. И. Наумов выделяют четыре возможных типа поведения в организации. [1, с. 91-92] Первый тип предполагает полное принятие норм и ценностей. При этом человек искренне старается поступать так, как ожидает от него организация. Второй тип характеризуется как приспособленческий. Ценности отвергаются, но четко соблюдаются нормы и правила поведения. Третий тип поведения отличается принятием ценностей организации, но не принятием формальных правил и процедур. Четвертый тип – это тип поведения открытого конфликта. Человек полностью отрицает как ценности, так и нормы, правила, принятые в организации.

Принятие или непринятие корпоративных правил индивидуально и во многом определяется предыдущим опытом человека.

Сегодня многие руководители делают акцент на сильной корпоративной культуре при привлечении нужных сотрудников. Как правило, обращается внимание на дружелюбность коллектива, участие в корпоративных мероприятиях, систему мотивации и др. Однако наряду с этим существуют и четкие корпоративные правила, которым нужно подчиняться. «Корпоративность» снижает критичность со стороны персонала организации, создавая в ряде случаев иллюзию лояльности.

Литература

1. Виханский, О. С. Менеджмент / О. С. Виханский, А. И. Наумов – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2003. – 670 с.
2. Градосельская, Г. В. Невольники в галстуках: изнанка корпоративной культуры / Г. В. Градосельский // Harvard Business Review – Russia. 2009. Июнь-Июль. – С. 76–85.
3. Элвессон, М. Организационная культура / М. Элвессон – Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр. 2005. – 458 с.
4. Deetz, S. A. Democracy in an age of corporate organizations / S. A. Deetz. – Albany: State University of New York Press, 1996.